



**PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN, KEPERCAYAAN DAN  
PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* DI  
BUKALAPAK**

**(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMK)**

Oleh

**FARIS WIJAYA**

201411439

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**2018**



**PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN, KEPERCAYAAN DAN  
PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* DI  
BUKALAPAK**

**(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMK)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

Oleh

**FARIS WIJAYA**

201411439

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**2018**

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN, KEPERCAYAAN DAN  
PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* DI  
BUKALAPAK**

**(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMK)**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian  
Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

**Tanggal,.....**

**Kudus,**

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing 1



**(Agung Subono, SE., M.Si)**

NIDN. 0520017602



**(Sutono, SE., MM. PhD)**

NIDN. 0626017003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



**(Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM)**

NIDN. 0618066201



**(Fitri Nugraheni, SE. MM)**

NIDN. 0626028001

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

1. Sabar itu ibarat menabung, meskipun susah tapi ada saatnya untuk membuka hasil dan menikmatinya.
2. Segala sesuatu itu bisa menjadi mungkin jika kita yakin dan selalu berusaha.
3. Hidup itu bagai wahana kincir angin, ada saatnya kita di atas dan ada saatnya kita di bawah, jadikanlah itu pelajaran untuk kita dapat menghargai segala sesuatu.

### PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat serta Hidayah-Nya.
2. Orang tua tercinta, Ayah (Ngusman) dan Ibu (Maskin) yang selalu mensupport dengan doa, materi, serta kasih sayang yang penuh dengan rasa sabar.

3. Calon istriku kelak yang akan mendampingi sampai menjadi sukses.
4. Sahabat dan teman-temanku yang selalu memberikan dukungan dan pengalaman.
5. Almamater Universitas Muria Kudus yang telah memberikan saya ilmu dan pengalaman.





## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Kepercayaan, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian *Online* di Bukalapak (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMK).**

Dalam penyusunan skripsi ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu proses penyusunan skripsi ini, terutama kepada :

1. Kedua orang tuaku yang senantiasa selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, materi, semangat, serta dukungan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Agung Subono, SE.,M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
4. Bapak Sutono, SE.,MM. PhD, selaku dosen pembimbing yang sudah mau bersabar membimbing saya dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi saya.
5. Ibu Fitri Nugraheni, SE.,MM, selaku dosen pembimbing yang sudah sabar membimbing saya dan memberikan arahan yang baik dalam penyusunan skripsi saya.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah membekali ilmu, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

7. Sahabat dan teman-temanku yang selalu memberikan dukungan selama ini.

8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca umumnya.

Kudus,

2018

Penulis

Faris Wijaya

201411439

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN, KEPERCAYAAN DAN  
PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* DI  
BUKALAPAK**

**(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMK)**

FARIS WIJAYA

201411439

Pembimbing 1 : Sutono, SE., MM. PhD

2 : Fitri Nugraheni, SE., MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian *online*. Objek dalam penelitian ini adalah *e-commerce* Bukalapak.com dengan sampel pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus angkatan 2014. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survei. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden dengan menggunakan teknik *proporsional random sampling*, *purposive sampling*, dan *accidental sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda disertai dengan uji t (parsial) dan uji F (serempak). Proses perhitungan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 24.0. Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa variabel kemudahan, kepercayaan, dan persepsi resiko secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* di Bukalapak.com. Sedangkan variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *online*. Sedangkan secara simultan semua variabel (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* di Bukalapak.com.

Kata kunci : kemudahan, keamanan, kepercayaan, persepsi resiko, keputusan pembelian *online*.



**EFFECT OF EASY, SECURITY, TRUST AND RISK PERCEPTION ON  
DECISION ONLINE PURCHASE IN BUKALAPAK  
(Study on Student of Faculty of Economics and Business UMK)**

FARIS WIJAYA  
201411439

Advistor 1 : Sutono, SE., MM. PhD  
2 : Fitri Nugraheni, SE., MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF  
MANGEMENT**

**ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of ease, security, trust, and risk perception of online purchasing decisions. The object of this research is e-commerce Bukalapak.com with a sample of undergraduate students of Faculty of Economics and Business Universitas Muria Kudus force 2014. This type of research is quantitative with survey method. Samples in this study were 100 respondents using proportional random sampling technique, purposive sampling, and accidental sampling. The technique of data analysis use multiple linear regression analysis accompanied by t test (partial) and F test (simultaneously). The calculation process uses the help of SPSS application version 24.0. The results of the test show that the variables of ease, trust, and perceptions of risk partially have a positive and significant impact on online purchasing decisions at Bukalapak.com. While the security variable has no significant effect on the decision of online purchase. While simultaneously all independent variables have a positive and significant effect on the decision of online purchase in Bukalapak.com.

Keywords: Easy, Security, Trust, Risk Perception, Online Purchasing Decisions.

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	v
RINGKASAN / ABSTRAKSI .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
<b>BAB I            PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup .....	5
1.3 Perumusan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II           TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kemudahan .....	10
2.1.1 Pengertian Kemudahan .....	10
2.1.2 Indikator Kemudahan .....	11
2.2 Keamanan .....	12
2.2.1 Pengertian Keamanan .....	12

2.2.2 Indikator Keamanan .....	13
2.3 Kepercayaan .....	14
2.3.1 Pengertian Kepercayaan .....	14
2.3.2 Indikator Kepercayaan .....	16
2.4 Persepsi Resiko .....	17
2.4.1 Pengertian Persepsi Resiko .....	17
2.4.2 Indikator Persepsi Resiko .....	18
2.5 Keputusan Pembelian <i>online</i> .....	18
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	18
2.5.2 Tahap Proses Pembelian .....	18
2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian <i>Online</i> .....	22
2.5.4 Hubungan Antar Variabel .....	23
2.5.4.1 Hubungan Kemudahan dengan Keputusan Pembelian .....	23
2.5.4.2 Hubungan Keamanan dengan Keputusan Pembelian .....	23
2.5.4.3 Hubungan Kepercayaan dengan Keputusan Pembelian .....	24
2.5.4.4 Hubungan Persepsi Resiko dengan Keputusan Pembelian .....	25
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	26
2.7 Kerangka Pikir Teoritis .....	28
2.8 Hipotesis .....	30

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian .....	31
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	31
3.2.1 Variabel Penelitian .....	31
3.2.2 Definisi Operasional Variabel .....	32
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	34
3.4 Populasi dan Sampel .....	35
3.4.1 Populasi .....	35
3.4.2 Sampel .....	36
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	38
3.5.1 Metode angket .....	39
3.6 Uji Instrumen Penelitian .....	39
3.6.1 Uji Validitas .....	39
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	44
3.7 Metode Pengolahan data .....	45
3.7.1 <i>Scoring</i> .....	45
3.7.2 <i>Coding</i> .....	46
3.7.3 <i>Editing</i> .....	46
3.7.4 <i>Tabulating</i> .....	46
3.8 Metode Analisis Data .....	46
3.8.1 Pengujian Hipotesis .....	48

### BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT. Bukalapak .....	52
---------------------------------------	----

4.1.1 Sejarah PT. Bukalapak .....	52
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan PT. Bukalapak .....	55
4.1.3 Jenis Produk di PT. Bukalapak .....	56
4.1.4 Sistem dan Proses Pembayaran .....	57
4.1.5 Pengguna Bukalapak .....	58
4.2 Penyajian Data .....	58
4.2.1 Karakteristik Identitas Responden .....	58
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian .....	60
4.2.2.1 Variabel Kemudahan ( $X_1$ ) .....	60
4.2.2.2 Variabel Keamanan ( $X_2$ ) .....	62
4.2.2.3 Variabel Kepercayaan ( $X_3$ ) .....	64
4.2.2.4 Variabel Persepsi Resiko ( $X_4$ ) .....	65
4.2.2.5 Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) .....	66
4.3 Analisis Data .....	68
4.3.1 Uji Parsial .....	69
4.3.2 Uji Berganda .....	74
4.3.3 <i>Adjusted R Square</i> .....	76
4.4 Pembahasan .....	77
<b>BAB V</b>	
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	85
5.2 Saran .....	86
DAFTAR PUSTAKA .....	88



## DAFATAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa FEB UMK .....	36
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Koesioner Variabel Kemudahan (X1) .....	41
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Koefisioner Variabel Keamanan (X2) .....	41
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Koefisioner Variabel Kepercayaan (X3) .....	42
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Koefisioner Variabel Persepsi Resiko (X4) .....	43
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Koefisioner Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	43
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	44
Tabel 3.8 Data Skla <i>Likert</i> .....	47
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	59
Tabel 4.2 Program Studi Responden .....	60
Tabel 4.3 Frekuensi Variabel Kemudahan .....	61
Tebel 4.4 Frekuensi Variabel Keamanan .....	63
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Kepercayaan .....	64
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Persepsi Resiko .....	66
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian .....	67
Tabel 4.8 Hasil Uji t .....	70
Tabel 4.9 Hasil Uji F .....	74
Tabel 4.10 Hasil <i>Ajusted R Square</i> .....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model lima tahap proses membeli .....	19
Gambar 2.2 Kerangka Pikir Teoritis .....	29

